graphis 108

graphic art and applied art
freie graphik und gebrauchsgraphik
art graphique et art appliqué

franco grignani

lock
the
artist in!

By spraying your drawings with REEVES Fixatif Spray you 'lock the artist in' with permanence and flawless transparency. Two fine coats render your work smudge-proof, ideal protection for chalk, charcoal, crayon, pastel, pencil, black and white or colour.

A Reeves product.

GRAPHIS: COVER/UMSCHLAG/COUVERTURE

■ FRANCO GRIGNANI, the designer of our cover, was born in Pavia, Italy, in 1908 and lives in Milan. Originally an architect, he now has his own graphic design studio and specializes in big publicity campaigns for industrial firms. Grignani is a member of the *Alliance Graphique Internationale*, and his work is represented in the collections of the *Stedelijk Museum*, Amsterdam, and the Museum of Modern Art, New York. Entrusted with a programme of design research for the Milanese printers Alfieri & Lacroix, he has conducted extensive experiments in abstract photography. Our cover design is an instance of his productions in this field; further examples will be found, with his own commentary, on pages 298 to 301.

■ FRANCO GRIGNANI, der den Umschlag zu dieser Nummer entwarf, wurde 1908 in Pavia geboren. Ursprünglich Architekt, arbeitet er nun als freiberuflicher Werbegraphiker in Mailand für verschiedene Grossunternehmen. Er ist Mitglied der *Alliance Graphique Internationale*. Das *Stedelijk Museum* in Amsterdam und das *Museum of Modern Art* in New York haben Werke von ihm erworben. Von der bekannten Mailänder Druckerei Alfieri & Lacroix mit Forschungsarbeiten auf dem Gebiet der graphischen Gestaltung beauftragt, führte er in den letzten Jahren umfassende Experimente auf dem Gebiet der abstrakten Photographie durch. Der vorliegende Umschlag und die Reproduktionen auf den Seiten 298–301 sind Beispiele aus dieser Tätigkeit, zu der er selbst einen Kommentar verfasste.

■ FRANCO GRIGNANI, à qui nous devons la couverture du présent cahier, est né à Pavie en 1908. D'abord architecte, il a maintenant à Milan son atelier d'art graphique et s'est spécialisé dans les campagnes publicitaires pour les grandes entreprises. Grignani est membre de *l'Alliance Graphique Internationale*. Des œuvres de lui figurent dans les collections du *musée Stedelijk*, Amsterdam, et du *Museum of Modern Art* de New-York. Chargé par la célèbre imprimerie milanaise Alfieri & Lacroix de recherches d'ordre graphique, il a réalisé au cours de ces dernières années de nombreux travaux expérimentaux dans le domaine de la photographie abstraite. La présente couverture et les illustrations des pages 298–301 sont autant d'exemples caractéristiques, auxquels il a lui-même consacré un bref commentaire.

THE SUN IN ART

The most comprehensive book ever published on man's creative response to the Sun. Originally a special jubilee issue—No. 100—of GRAPHIS and sold out within six months, it has since gone into three large printings in hard-cover book form. THE SUN IN ART contains 156 pages printed on art paper with a variety of special inserts. There are 344 illustrations, with 40 in colour. Available from bookstores or direct from GRAPHIS Press, Zurich. ($7.50/£2.12.0).

DIE SONNE IN DER KUNST

Die wohl vollständigste Zusammenfassung der zahllosen von Menschenhand geschaffenen Sonnendarstellungen. Der Inhalt dieses Buches erschien zuerst als Jubiläumsausgabe – Nr. 100 – von GRAPHIS, die nach 6 Monaten vergriffen war. Seither sind bereits 3 Auflagen in Buchform erschienen. DIE SONNE IN DER KUNST enthält 344 Abbildungen, 40 davon farbig, auf 156 Seiten, sowie Beilagen auf Japan- und Büttenpapier. Erhältlich bei Ihrem Buchhändler oder direkt vom GRAPHIS-Verlag, Zürich. (Preis SFr. 30.—/DM 28.—).

LE SOLEIL DANS L'ART

La collection la plus complète des représentations solaires réalisées depuis les premiers âges jusqu'à nos jours. Textes et illustrations en avaient tout d'abord composé le no. 100 de GRAPHIS qui était épuisé au bout de six mois. Depuis la troisième édition en a été établie. 344 illustrations, 40 en couleur, sur 156 pages, plusieurs feuilles sur papier spécial. En vente chez les libraires ou directement auprès des Editions GRAPHIS, Zurich, au prix de 30.— frs.s./43.50 ffrs..

Franco Grignani

[Deutscher Text: Seite 300]
[Texte français: page 301]

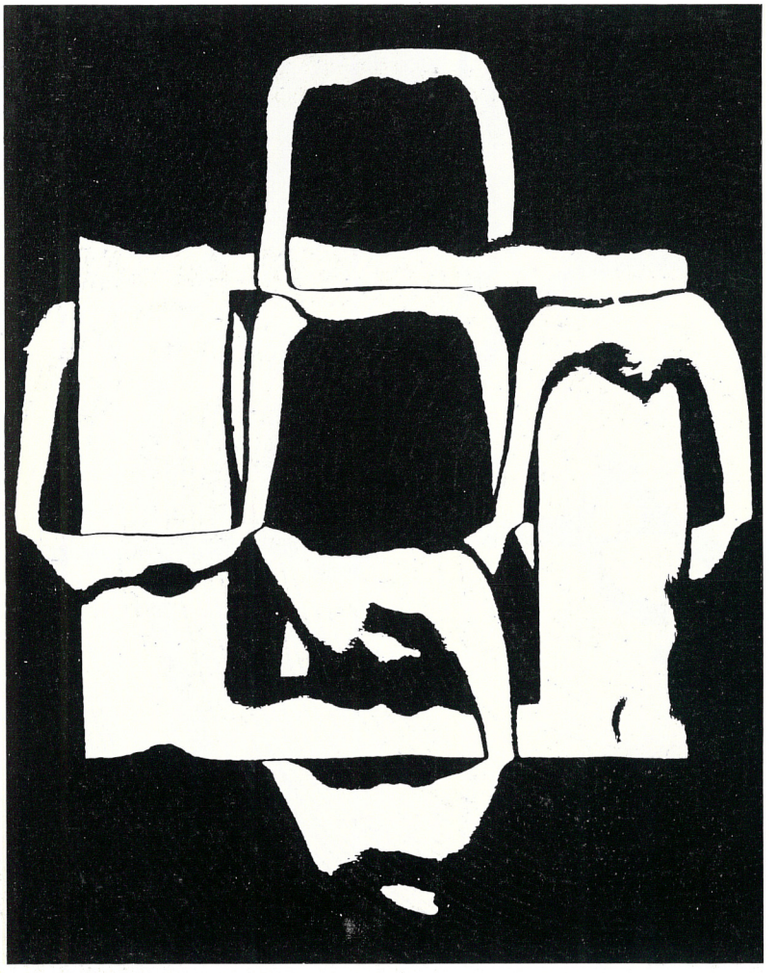
■ Franco Grignani has devoted himself wholly to graphic art since 1945. He spends part of his time on design research for advertising and for his own exhibitions, and among other things has achieved highly original and interesting results in experimental graphics. We have asked him here to tell us something about his aims and methods in this exciting optical field. *Editor*

Why does a system of lines converging on a point have a hypnotic effect? Why can a sequence of lines of differing length give the illusion of motion? To answer these questions, I have carried out 6000 experiments over the years. A few of them have found practical applications; but while the results of most still lie in my cupboards, I believe they embody a contribution not without value to the future of graphic design.

For the designer's production is not meant to be framed and hung on a wall. It must survive in the press, in the streets, jostled by its competitors. It must not go down in the chaos, but must continue to emit its message on its own wavelength, achieving an almost physical life of its own.

Communication is dynamic by nature, and eye and brain react more quickly to dynamic phenomena. This series of experiments started out from geometrical drawings; when these were distorted, their inner relationship was not destroyed but became vivider and more startling; when they were stretched, the tensions thus created were strong enough to produce an almost physical response in the observer. The laws applying are the laws of optics, but because they are not those of the human eye, the effects gain in forcefulness. The basic themes of the experiments are dispersion from a centre, effects of hypnosis and illusion, graphic tensions, kinetics of the sign in a pattern without a centre of visual interest, designs inspired by music and especially by syncopation.

The primary function of graphic design is to create signs and symbols that hold the eye. Perhaps the schools should place less stress on teaching young artists to do, and more on teaching them to see. *Franco Grignani*



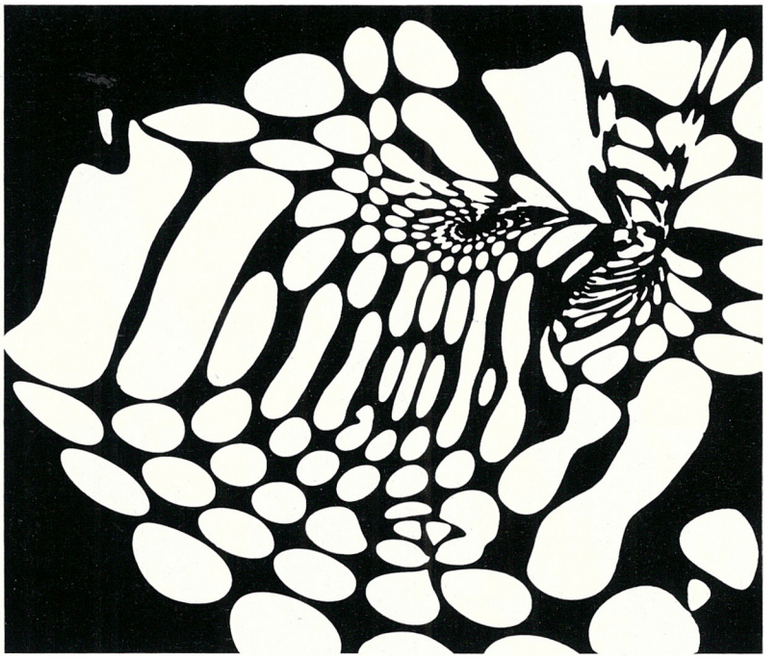
■ Franco Grignani widmet sich seit 1945 ausschließlich der Gebrauchsgraphik. Einen Teil seiner Zeit verwendet er für die Forschung auf dem Gebiet der Werbung. In diesem Zusammenhang entstanden äusserst originelle Ergebnisse auf Grund der experimentellen Graphismen. Wir baten ihn, unsern Lesern selbst über seine Ziele und seine Arbeitsmethoden Aufschluss zu geben. *Redaktion*

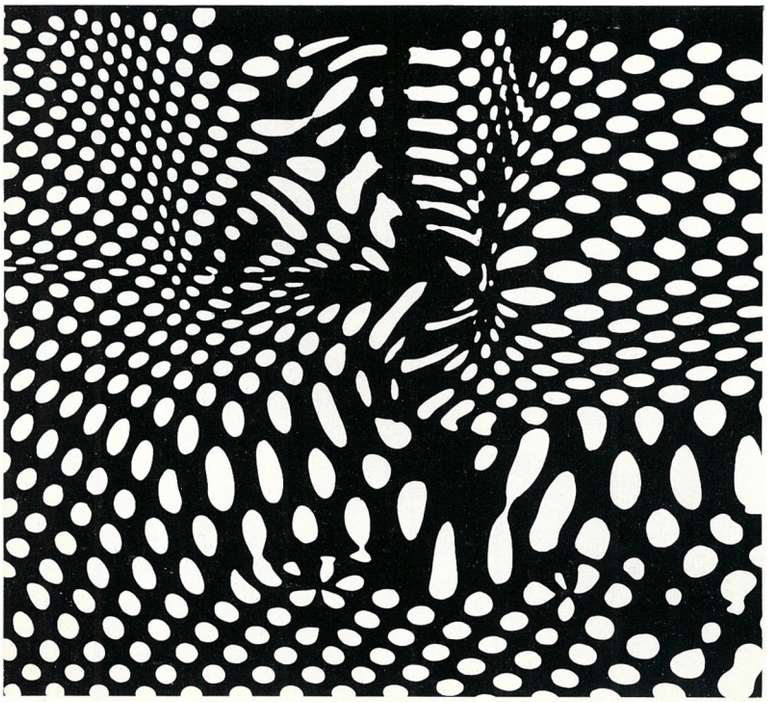
Weshalb haben Linien, die sich in einem Punkt treffen, eine hypnotische Wirkung? Warum vermittelt eine Reihe von Linien verschiedener Länge den Eindruck von Bewegung? Um solche Fragen zu beantworten, habe ich in den letzten Jahren rund 6000 Experimente gemacht. Für einige von ihnen fand ich Verwendung in der Werbegraphik, die andern liegen in den Schubladen. Trotzdem glaube ich, damit einen nicht bedeutungslosen Beitrag an die zukünftige Entwicklung der Graphik geleistet zu haben.

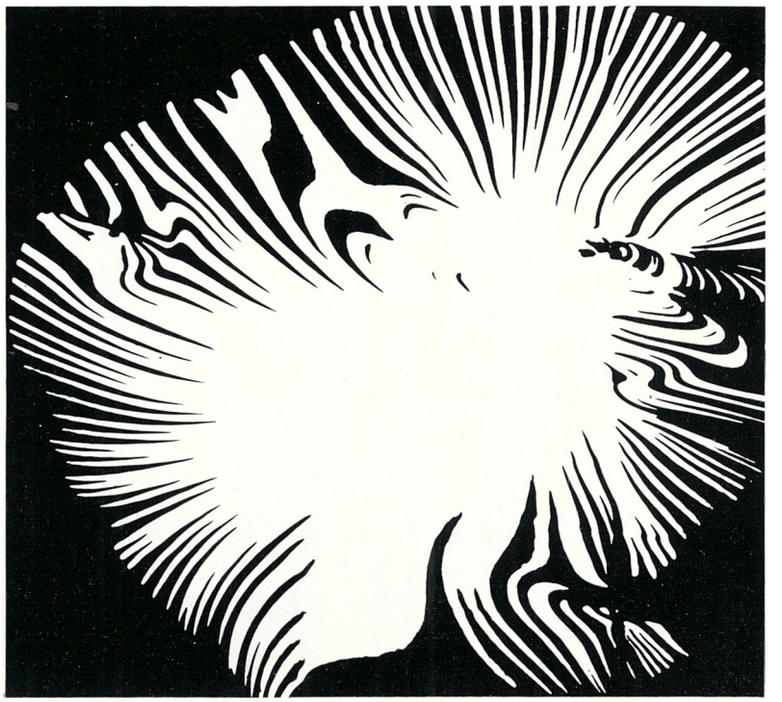
Die Werke des Gebrauchsgraphikers sind ja nicht dazu bestimmt, eingerahmt und an die Wand gehängt zu werden. Sie müssen sich in der Presse und auf der Strasse inmitten ihrer Konkurrenz behaupten. Sie sollen im Chaos nicht untergehen, sondern ihre Botschaft stets von neuem ausstrahlen und ein beinahe körperhaftes Eigenleben führen.

Jede Mitteilung ist von Natur aus dynamisch, und Auge und Hirn reagieren auf dynamische Eindrücke besonders rasch. Meine Experimente gehen von geometrischen Zeichnungen aus; durch Verzerrungen wurde deren innerer Zusammenhang nicht zerstört, sondern er erhält eine grössere Lebhaftigkeit, einen höhern Überraschungseffekt; durch Spannung wird eine beinahe körperlich spürbare Reaktion im Betrachter erregt. Es handelt sich dabei um bekannte optische Gesetze, die jedoch nicht die Gesetze des menschlichen Auges sind und gerade dadurch an Heftigkeit gewinnen. Grundthemen meiner Experimente sind: Streuung von einem Mittelpunkt aus; Versuche, hypnotische und illusionäre Wirkungen zu erzielen; graphische Spannungen; Bewegungsabläufe von Formen ohne eigentliches visuelles Zentrum; von Musik, vor allem von Synkopen inspirierte Formen.

Die Hauptaufgabe der angewandten Graphik besteht darin, Zeichen und Symbole zu schaffen, die das Auge fesseln. Vielleicht wäre es ganz gut, wenn in den Ausbildungsstätten die jungen Graphiker weniger zum Tun und mehr zum Sehen erzogen würden.







Franco Grignani

■ Franco Grignani œuvre depuis 1945 dans le domaine de l'art publicitaire. Il consacre une partie de son temps à de pures recherches formelles. Il en est résulté entre autres toute une série d'expériences du plus haut intérêt dans le domaine du graphisme visuel. Nous l'avons prié d'exposer lui-même à nos lecteurs les buts qu'il poursuit et ses méthodes de travail. *Rédaction*

Pourquoi un système de lignes qui se rencontrent en un point a-t-il un effet d'hypnose? Pourquoi une série de lignes de longueurs différentes peut-elle donner l'impression du mouvement? Pour répondre à ces questions et à d'autres du même genre, j'ai, au cours des dernières années, procédé à environ six mille expériences. Pour les résultats de quelques-unes de celles-ci, j'ai pu trouver une application pratique, alors que les autres ont dû rester dans mes tiroirs. Pourtant, je crois avoir ainsi apporté une contribution non sans valeur à l'avenir du graphisme publicitaire.

Les ouvrages d'un graphiste ne sont pas faits pour être encadrés et accrochés au mur, mais doivent s'affirmer dans la presse et dans la rue, en compétition avec leurs concurrents. Ils ne doivent pas sombrer dans le chaos, mais bien irradier leur message à leur propre façon, durablement, et vivre pour ainsi dire physiquement par eux-mêmes.

Toute communication est, de nature, dynamique, et l'œil et le cerveau réagissent aux impressions dynamiques avec une promptitude toute particulière. Mes expériences procèdent de dessins géométriques; même soumis à une distorsion, leurs rapports internes ne se trouvèrent point altérés, mais acquirent au contraire un plus efficace pouvoir vital, un plus grand effet de surprise, et leur tension appelle chez le spectateur une réaction presque corporelle. Les lois ici mises en jeu sont celles de l'optique, mais comme ce ne sont point celles de l'œil humain, l'effet obtenu gagne en véhémence. Les thèmes fondamentaux de ces expériences sont: dispersion à partir d'un centre; tensions graphiques; manifestations cinétiques d'éléments formels dans un dessin ne présentant point de centre visuel particulier; dessins inspirés par la musique, spécialement par les mouvements syncopés.

La fonction principale de l'art publicitaire consiste à créer des signes et des symboles qui s'imposent au regard. Peut-être serait-il heureux que les écoles exigent moins des jeunes graphistes de faire, pour leur enseigner d'autant plus à voir.

Franco Grignani